浅谈全媒体时代下县级电视台的融合之路

摘　要：在网络信息时代发展背景下，“融合”是当前时代传媒改革的关键，成为了县级电视台发展重要目标。在近几年，为了满足观众消费需求，县级广播电视台积极地进行改革创新、探索与新媒体融合之路。本文从多个角度进行分析，帮助县级电视台探索符合自身发展的道路，充分发挥县级电视台的优势，坚持创新融合理念和方法，以期实现全媒体时代的融合发展，创立特色的县级电视台栏目。

关键词：全媒体时代；县级电视台；融合之路
中图分类号：G229.24　　文献标识码：A
文章编号：1671-0134（2019）02-073-03　　DOI：10.19483/j.cnki.11-4653/n.2019.02.014

文 / 黄敏

引言

县级电视台作为地方性服务平台，需要将政府政策信息、群众意愿以及主流思想传播给观众，做好问政、求学、求助、监督等一系列服务工作。推进县级电视媒体的转型升级，充分发挥主流思想舆论、信息服务平台、区域信息枢纽等功能，能够更好地引导群众、服务群众。因此，县级广播电视单位应该整合媒体资源，创新内部管理机制，强化平台技术、服务以及推广内容的有机融合，形成以电视媒体平台为主的社区信息枢纽，进一步提升县级电视多媒体传播力、引导力、影响力和公信力。

1. 全媒体时代县级电视台的基本现状

1983 年，第十一次全国广播工作会议召开，会议制定了“四级办广播电视”的方针，于是，各县级广播电台、电视台开始陆续建立起来，推动了广播电视事业的发展，为广播电视发展改革创新指明了方向。但是，在网络信息不断发展的今天，传统的广播电视已经无法适应新兴媒体的发展，四级办广播电视体制存在的弊端，县级电视台的发展面临困境。

1.1 体制有些僵化，人才稳定不足

广播电视发展受到很多事业单位规定的限制，无法实现真正的创新和改革。县级广播电视事业单位在经营管理时，主要采用事业性编制与企业化管理相结合的模式，这样就导致存在编制内和合同制两种待遇的员工。这样的管理体制虽然一定程度稳定了发展运营环境，但是却无法留住没有编制的专业人才，县级电视台作为地方性广电平台，体制内员工所享受的待遇、发展空间都是存在局限的。因此，大部分县级电视平台成为人才锻炼和培养的基地，却不是人才的停留地。再加上“高薪聘不起，自培留不住”的现状，人才流失已经成为县级电视台发展面临的严重问题，只有解决好人才流失难题，才能在新媒体融合道路上越走越远。

1.2 电视台栏目质量不高，无法满足观众需求

由于县级电视媒体自身区域的束缚，导致电视新闻取材范围受到局限，电视栏目往往会变得单一、僵化。同时，在传统体制环境下，无论是新闻拍摄内容还是新闻撰写内容以及节目内容，都会受到事业单位体制的限制，进而导致电视栏目内容缺乏创新、千篇一律，影响了电视栏目的质量。另外，资金储备量不足，无法为电视栏目制定提供有效支持。做一档优质的电视栏目需要耗费大量的资金，但是县级电视台由于受到区域、政策环境的影响，无法为栏目制作提供充足的资金链，不仅阻碍了电视栏目多样性发展，影响了观众观看兴趣，而且还不利于电视栏目质量的提升。曾经红塔区电视台在当地创办过首个人物访谈节目《每周面对面》，节目采取与嘉宾面对面交流、心与心碰撞、人物解读时事、对话纪录历史，讲述身边人故事的形式，一经推出就受到同行和观众的好评，但是，由于各种条件限制，节目组没有固定的演播室等原因，只保留了一些程序化、概念化、结构相似的节目。

1.3 电视内容缺乏创新，收视率逐年下降

时代是不断发展和变化的，县级电视台想要寻求发展融合之路，也需要紧跟时代步伐，创新电视节目内容才能迎合观众观看需求，提升电视栏目的收视率。但是，由于受到传统体制的影响，县级电视台仍然以传统节目生产为主，缺乏对观众需求、时代发展趋势的调查和研究，传统新闻资讯、会议报道充斥着电视内容。根据实际调查得出，大部分县级电视台的新闻节目往往都是新闻报道，缺乏新闻互动、新闻评论以及新闻讨论环节，观众只能被动地接收新闻信息，无法参与其中，影响了观众观看的积极性。与此同时，在新媒体迅猛发展的环境下，

观众获取新闻信息渠道和方式越来越多，如微博、网站、微信等，都能成为观众获取新闻信息的方式。因此，单一的新闻报道方式，不仅无法吸引观众目光，而且还会让观众感到枯燥乏味，收视率也就逐步下降。

1.4 发展目标不明确，融合难度较大

在新媒体网络环境的冲击下，部分县级电视台仓促应战、盲目效仿，出现了“一哄而上”的发展模式。为了寻求短期的收视率，在没有充分考核市场需求、发展环境的情况下，仓促建立网站、互动平台等渠道，再进行消费观众的收集。在这样的环境下，县级广播电视台缺乏科学合理的长期规划，忽视新媒体“消费在先、传播在中、产业在后”的发展规律，会影响网站平台的实际效果，造成电视台的经济损失。与此同时，新媒体和传统媒体之间缺乏有效融合机制，各部门之间也是平行发展、各自为政的格局，这样就不能实现二者之间相互促进的作用。例如，红塔区电视台也适时成立新媒体部，创建了“印象红塔区”公众号，但是它的内容生产只是简单地“相加”，所有内容都转载自传统媒体，缺乏优质原创内容，导致其在整个信息传播过程中，难于形成合力，平台影响力和传播效果大打折扣。

1.5 忽视市场机制作用

由于受到传统经济体制的影响，大部分县级电视台都无法有效应对灵活多变的市场机制，阻碍了新媒体融合发展进程。在市场经济环境下，县级电视台拥有更多自主发挥的空间，可以利用的资源也变得多样化。但是，部分县级电视台固步自封，将自身的发展局限于区域限制内，没有重视市场机制的宣传作用，阻碍了电视栏目收视率的发展。在这样的环境下，不仅影响了电视台经济收益，而且还无法全面推进新媒体的融合之路，阻碍了县级电视台改革创新的进程。

2. 全媒体环境下县级电视台的融合策略

在全媒体环境下，县级电视台要想追求融合发展之路，需要县级电视台积极转变观念，突破传统体制机制的限制，拓宽电视台信息资源多元化渠道，充分利用电视台素材资源，进一步实现丰富节目内容，才能走出融合创新的特色之路。

2.1 制度融合，优化结构关系

基于宏观发展的角度来看，制约媒体融合发展的因素非常多，但是其中非常关键的一点就是制度融合。制度体制是事业发展的基本依据，可以对事业发展进行规划和约束，为事业发展营造良好的环境。新媒体是网络时代衍生的产物，是网络信息的重要标志，与传统媒体截然不同。新媒体行业是一种青春化行业，不仅具有高效优质的技术、运营方式，而且创新周期和节奏也非常符合时代发展需求，因此，在这样的背景环境下，县级电视台想要走好全媒体融合道路，就需要一个健全管理经营机制，从内部制度进行深化改革，为全媒体融合营造良好的环境。例如，针对体制制度僵化造成人才流失问题，县级电视台在融合过程中，应该完善人才储备战略，强化专业人才队伍建设，为电视栏目制作奠定人才基础。县级电视台可以根据发展需求，制定出融合发展人才培养战略，与各大高校、企业进行合作，培养出技术性、实践性、制作性的综合性人才。与此同时，建立融合发展人才资源库，留住优秀广电专业人才。县级广播电视单位可以设立人才基金，提升人才的薪资待遇，创新合理的用人机制，落实吸引人才、留住人才、用好人才的有效途径，推进县级电视台融合发展；另一方面，县级电视台可以结合灵活多变的市场机制，综合整理多种媒体平台，优化资源配置，打造县级电视台的创新能力和核心竞争力，进一步提升县级电视栏目的影响力。通过这样的方式，能够为县级电视台发展融入活力，推动县级电视台的创新改革进程，实现新兴媒体产业的融合发展。

2.2 观念融合，遵循新媒体发展规律

在县级电视台改革创新的发展中，将新媒体融合观念融入其中，遵循新媒体发展规律，为县级电视台发展营造良好的思想环境。在网络信息背景下，新媒体主要是基于多元化网络平台，实现自然、自我、自由的信息传播，拉近媒体新闻与观众之间的距离，从而激发观众的兴趣。因此，在县级电视台发展过程中，需要利用新媒体思维来创办，利用新媒体理念改善传统媒体模式，为全媒体融入发展奠定精神基础。例如，将县级电视台、微信公众号、新闻网站等媒体平台功能进行融合，构建融媒体中心，坚持“融为一体、合而为一”的工作原则，实施“统一办公、统一管理、统一运营、统一发布”的模式，实现各种媒介资源的有效整合。在县级电视台融合过程中，可以利用综合平台终端，拓宽电视栏目内容的宣传范围，打造出一次采集、多次生成、多元发布、多渠道融合、多平台互动的新媒体应用平台；另一方面，县级电视台在实际的融合过程中，可以深入探究新媒体的规律和特点，做好新媒体的宣传工作，突破传统媒体观念的限制，推动电视栏目的转型和发展。与此同时，多元化平台是新媒体发展的基础，县级电视台在融合过程中，也可以借鉴新媒体发展经验，结合地区实际需求，构建符合消费需求的媒体平台。例如，县级电视台可以加强市场需求的调查，构建大众型互动平台，将传统媒体平台和新媒体资源进行衔接，做好消费市场的基础调研工作。通过这样的方式，能够进一步优化县级电视台的信息传播渠道，提升电视栏目内容的影响力，让消费者更加真切地体会电视栏目的魅力。县级电视台在融合发展过程中

树立创新、改革的观念，也能够推进县级电视台媒体融合的发展，让融合之路越走越顺、越走越远。

2.3 流程融合，形成一体化界面

县级电视台的融合之路也意味着媒体采、编、播业务流程的融合。在全媒体时代环境下，县级电视台需要突破过度细化的专业区分，将专业要求进行综合化整合，让每位媒体工作人员都能应用各类媒体方式，实现新闻信息的采编工作，将各媒体渠道进行整合，优化媒体的传播流程，规划新媒体和传统媒体的制作流程，实现一体化操作界面。同时县级电视的从业人员也需要具有电视、广播、网络媒体制作的综合能力，深入了解各类媒体的制作流程，才能更好地应对电视台的发展。因此，在新媒体融合过程中，县级电视台可以将新闻电视节目和手机电视节目进行制作、编排、推送和互通界面进行统一，实现真正意义上的资源整合，推进电视栏目一体化发展的格局；另一方面，为了满足新媒体发展需求，扩展内容传播渠道也是必不可少的。县级电视台要走出符合自身实际的融合道路，既要创新传统传播渠道，又要大力开拓新型传播平台，实现电视信息内容的拓展，构建多元化渠道传播体系。例如，针对电视台的基础节目，可以进行改革创新，挖掘更多趣味性、真实性的素材资源，让观众可以通过电视栏目了解区域文化、区域故事，提升电视栏目收视率。同时，县级电视台还可以利用网络资源，构建传播、互动交流平台，借力商业网站的微博微信微店等，拓宽与观众的互动渠道，扩大电视栏目的用户规模，为融合发展之路奠定坚实的观众基础。通过这样的方式，能够为县级电视栏目吸引更多的观众资源，丰富广电传播内容的渠道，提升电视栏目的收视率，进而实现经济效益的增加，同时也推动了电视台的融合发展之路。

2.4 资源融合，优化资源配置

资源素材是新媒体的关键部分，对县级电视台的融合发展，也具有重要意义。可以注重资源信息的融合，优化素材资源、渠道资源、硬件资源配置的合理性，为广播电视业营造更广阔的发展空间。例如，县级电视行业可以建设新媒体运营中心，基于互联网信息服务资源，增添新闻素材的趣味性，提升广播电视业的魅力。与此同时，将政府手段和市场机制进行结合，在灵活多变的市场环境下，落实县级电视业的融合之路。县级电视行业可以与互联网企业、科技企业进行合作，充分利用网络资源、平台资源，实现跨行业、跨企业的整合重组，提升县级电视栏目内容的影响力；另一方面，可以借助社会资源和力量，升级县级电视栏目的制作技术，吸引社会企业进行融资，为电视栏目制作提供充足的资金，为电视栏目品质提供保障。

同时，将“竞争”作为推动电视行业融合发展的动力，通过增强电视栏目制作人的市场竞争意识，健全奖励机制、纠错机制，激发县级电视栏目制作者的积极性，充分发挥其创新意识，优化县级电视台的新媒体节目制作质量。在这样的环境下，能够为县级电视台提供更好的资源，为电视节目制作奠定基础。同时，通过建立健全各类机制，鼓励工作人员进行创新和改革，给予其充足的动力和空间，为电视台融合发展注入活力。

结语

在网络环境下，新媒体时代的到来，意味着需要改革传统媒体模式，融合新媒体发展趋势，才能占据广电行业的市场份额，赢得发展机遇。县级电视台在融合过程中，将《关于推动传统媒体和新兴媒体融合发展的指导意见》作为依据，通过建立融媒体中心，落实党的思想、文化的核心传播任务，不忘初心、牢记使命，坚持正能量、政治理念、价值取向传播理念，进一步提升县级电视台的舆论影响实力。与此同时，县级电视台在融合之路中，需要积极面对自身的不足和问题，构建以制度、观念、流程以及资源融合为主体的融合体系，全面融合政府资金投入和社会资源，为县级电视台发展构建更加优质的平台，让县级电视台能够更好地引导群众、服务群众。总而言之，县级电视台在融合过程中，不仅推动了自身的创新和改革，还紧紧抓住了发展机遇，增强了市场竞争力，提升了节目制作质量。媒

参考文献

[1] 于晋娴．新媒体环境下广播电视台发展与融合转型之路[J]. 科技传播，2018，212（11）：72-73.

[2] 张萍，刘学智．基层广播电视台媒体融合发展之路[J]. 中国广播，2017（4）：82-85.

[3] 严晶晶．浅谈移动传播时代县市区域报的媒体融合之路[J]. 中国传媒科技，2016（5）.

[4] 景德明．全媒体时代报业跨媒体融合的实践与探索[J]. 传媒，2017（13）：34-36.

（作者单位：云南省玉溪市红塔区电视台）